

Technická univerzita v Liberci
Hospodářská fakulta

Studijní program: B (resp.N,M) 6210 Ekonomika a management
Studijní obor: Ekonomika a management mezinárodního obchodu

Obchodní vztahy České republiky s Německem

Business relations of the Czech Republic and Germany

BP-EF-KJB-2010 02

ANNA BÍLÁ

Vedoucí práce Ing. Ludmila Kučerová

Konzultant Ing. Vladimír Votoček

Počet stran 37

Počet příloh 7

Datum odevzdání 5. 1. 2010

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě, má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci, 05. 01. 2010

Anotace

Téma této bakalářské práce se zabývá obchodními vztahy České republiky s Německem. Důležitou součástí je psychologie obchodního jednání, kterou by měl každý dobrý obchodník znát. Pro dobré vztahy mezi obchodními partnery z různých zemí je nutné se při jednání přizpůsobit zvykům dané země. Němečtí obchodníci dbají především na dochvilnost, přesnost a preciznost. Velký vliv na obchod má samozřejmě ekonomická situace jak na cílovém, tak na domácím trhu. Německá ekonomika patřila a patří k jedné z nejsilnějších. Důležitými ukazateli jsou hrubý domácí produkt, export, import, obrat, atd. Obchodní spolupráce České republiky s Německem je upravována řadou smluv a dohod, v nichž jsou sepsány veškeré podmínky vzájemného obchodu.

Po roce 1989 začaly vstupovat na český trh zahraniční firmy – např. Volkswagen, Siemens, Knauf, Würth a mnoho dalších. Mezi nimi na český trh vstoupila i firma Christian Schwaiger GmbH & Co. KG, která založila Schwaiger, s.r.o.. V této bakalářské práci je podrobněji rozepsána.

Klíčová slova: Německo, tržby, nákup, obrat, vývoz

Annotation

A topic of this bachelor thesis considers business relationships between The Czech Republic and Germany. Business psychology is a very important part which should be well known among all businessmen. It is necessary to comply with the traditions of a foreign country to build a good relationship between partners. German businessmen prominently attend to punctuality, exactness and preciseness. The economic situation in the target market and also in the domestic market definitely has a great effect on the business. German economy belonged and still belongs among the strongest in the world. Important indicators are gross domestic product, export, import, turnover, etc. The business relationship between The Czech Republic and Germany is treated by many agreements and contracts where all the conditions of bilateral business are scheduled.

After 1989 foreign companies began to enter the Czech market. A few examples are Volkswagen, Siemens, Knauf and Würth. Another company, Christian Schwaiger GmbH & Co. KG, established Schwaiger, s.r.o., which is written about in greater detail in this work.

Key words: Germany, incomes, purchase, turnover, export

Obsah

Obsah	6
Zkratky a použité symboly	8
Tabulky	9
Obrázky	10
Úvod	11
1 Německo	12
1.1 Základní údaje	12
1.2 Poloha a územní členění	12
1.2.1 Administrativní členění čítá:	12
1.2.2 Spolkové země:	13
1.3 Obyvatelstvo	14
1.4 Úřední jazyk	14
1.5 Stručná historie Německa	14
1.6 Obchodní jednání	15
1.6.1 Dobré jméno firmy	15
1.6.2 Zákony	15
1.6.3 Vztahy ve firmách	16
1.6.4 Tradice	16
1.6.5 Vystupování	17
1.6.6 Jazyk při obchodním jednání	17
1.6.7 Dochvilnost a přesnost	18
1.6.8 Vhodné oblečení	18
2 Ekonomická situace v Německu	20
2.1 Vývoj hrubého domácího produktu	20

2.2	Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR	22
2.2.1	Smlouvy.....	22
2.2.2	Bilance vzájemné obchodní výměny 2000-2008.....	25
2.2.3	Komoditní struktura vývozu do Německa.....	28
2.2.4	Dovoz z Německa.....	30
2.2.5	Vstup německého kapitálu na český trh	30
3	Charakteristika společnosti Schwaiger, s. r. o.	33
3.1	Historie.....	33
3.2	Status a organizace společnosti.....	34
3.3	Předmět činnosti firmy.....	35
3.4	Politika jakosti	36
3.5	Obchodní činnost firmy	36
3.6	Ekonomické údaje o firmě	37
3.6.1	Tržby.....	39
3.6.2	Nákup	43
3.6.3	Dovoz a vývoz.....	46
	Závěr.....	47
	Seznam použitých zdrojů.....	48
	Přílohy	50

Zkratky a použité symboly

a.s.	akciová společnost
atd.	a tak dále
BRD	Bundesrepublik Deutschland
cit.	citace
č.	číslo
ČSFR	Česká a Slovenská federativní republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská unie
HDP	hrubý domácí produkt
Kč	Korun českých
mil.	milion
mld.	miliarda
n. l.	našeho letopočtu
Obr.	obrázek
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
Sb.	sbírka
spol. s r.o.	společnost s ručením omezeným
SRN	Spolková republika Německo
Tab.	tabulka
TV	televizní

Tabulky

Tab. 1 Vývoj hrubého domácího produktu, cenově očištěno

Tab. 2 HDP na obyvatele 2004 - 2008 (EUR)

Tab. 3 Podíl jednotlivých odvětví na HDP v roce 2008

Tab. 4 Podíl SRN na celkovém zahraničním obchodě s ČR v roce 2000 a 2008

Tab. 5 Česko-německý zahraniční obchod za období 2000 – 2007

Tab. 6 Vzájemné ekonomické vztahy za 2008

Tab. 7 Podíl jednotlivých spolkových zemí na zahraničním obchodě ČR – SRN

Tab. 8 Vývoz České republiky do Německa, 2008

Tab. 9 Dovoz z Německa do České republiky, 2008

Tab. 10 Základní ukazatele

Tab. 11 Zisk

Tab. 12 Vývoj celkových tržeb v letech 2001-2009

Tab. 13 Závislost firmy na dovozech z Německa

Tab. 14 Dovoz a vývoz

Obrázky

Obr. 1 Německá vlajka

Obr. 2 Německé spolkové země

Obr. 3 Logo firmy

Obr. 4 Osobní náklady a přidaná hodnota na pracovníka

Obr. 5 Zisk před zdaněním

Obr. 6 Tržby

Obr. 7 Tržby 2009

Obr. 8 Tržby 2005

Obr. 9 Podíl prodeje do Německa na celkových tržbách

Obr. 10 Závislost firmy na dovozu zboží z Německa

Obr. 11 Obchodní bilance s Německem

Obr. 12 Bilance

Úvod

Vykonávat praxi mi bylo umožněno ve firmě Schwaiger, s.r.o. ve Vrchlabí. Původem je tato společnost německá. Z tohoto důvodu jsem si vybrala k vypracování bakalářské práce téma Obchodní vztahy České republiky s Německem. Německo je pro naši republiku velice důležitým obchodním partnerem, který silně ovlivňuje ekonomickou situaci na českém trhu.

Ve své práci se nejdříve obecně zabývám obchodní spoluprací České republiky a Německa. Ve stručnosti seznamuji se základními údaji o Německu, včetně členění, obyvatelstva nebo historie.

Co se týče obchodního jednání, důležitým aspektem je psychologie. Pokud chceme vyjednávat v cizí zemi a vytvořit tak fungující spolupráci, musíme dokázat jednat solidně a na úrovni. Před cestou do cizí země je nutné zjistit si jejich způsoby jednání, zvyky, rituály nebo posloupnosti, aby nedošlo k určitému faux pas. Tím získáte důvěru partnera a zvýší se možnost úspěšné spolupráce.

Při vstupu na zahraniční trh je nezbytné analyzovat ekonomickou situaci dané země. Ve své práci jsem se zaměřila hlavně na hrubý domácí produkt a podíl jednotlivých odvětví na HDP. Ve spolupráci s Českou republikou pak konkrétněji na vývoz, dovoz a také na podíl Německa na celkovém zahraničním obchodu ČR.

V praktické části nejdříve seznámím s firmou Schwaiger, s.r.o. a s chodem společnosti obecně. Firma Schwaiger se zabývá výrobou a prodejem antén a satelitní techniky. Hlavními výrobky jsou multipřepínače, ale firma doplňuje svůj sortiment o nákup a prodej satelitních přijímačů, antén pro satelitní a pozemní digitální příjem, zabezpečovací techniku, satelitní komplety a různé prvky anténních rozvodů. Mezi další vyráběné prvky anténních rozvodů patří např. anténní zásuvky, anténní zesilovače, odbočovače a rozbočovače, koaxiální kabely a konektory. Podrobněji jsou rozebrány tržby a nákup a celková závislost na spolupráci s mateřskou firmou v Langenzennu.

1 Německo

1.1 Základní údaje

Oficiální název: Spolková republika Německo (SRN)

Bundesrepublik Deutschland (BRD)

Užívaný název: Německo

Hlavní město: Berlín (počet obyvatel: 3 392 425)

Rozloha: 357 020 km²

Počet obyvatel: 82 532 – nejlidnatější stát v Evropě



Obr. 1 Německá vlajka

Vlajky států [online]. Dostupné z: <<http://www.vlajky-statu.cz/usa/133/nemecko>>

1.2 Poloha a územní členění

Německo leží ve středu Evropy, omývají ho břehy Severního a Baltského moře a sousedí s devíti státy včetně České Republiky. Území státu se nachází v mírném podnebném pásu.

Německo je federativní demokratickou parlamentní republikou tvořenou šestnácti spolkovými zeměmi (*Bundesländer*).

1.2.1 Administrativní členění čítá:

- 29 vládních krajů (Regierungsbezirk)
- 444 okresů a statutárních měst

- přibližně 14 800 obcí, z toho 83 velkoměsta se 100 000 obyvateli nebo více, 108 středně velikých měst s 50 000 až 99 999 obyvateli, 462 obcí s 20 000 až 49 999 obyvateli.¹

1.2.2 Spolkové země:

- | | |
|-----------------------------|------------------------|
| • Bádensko - Württembersko | • Bavorsko |
| • Brémy | • Dolní Sasko |
| • Hamburk | • Hesensko |
| • Porýní-Falc | • Sársko |
| • Severní Porýní-Vestfálsko | • Šlesvicko-Holštýnsko |
| • Braniborsko | • Durynsko |
| • Meklenbursko | • Sasko |
| • Sasko-Anhaltsko | • Berlín |



Obr. 2 Německé spolkové země
Německo – Spolkové země [online]. Dostupné z:
<<http://lide.gymcheb.cz/~pesimli/spolkovezeme.html>>

¹ Ministerstvo zahraničních věcí České republiky [online]. Dostupné z:
 <http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/nemecko/>

1.3 Obyvatelstvo

Německo je členskou zemí Evropské unie. Se svými téměř 83 miliony obyvatel se řadí mezi nejlidnatější země EU. Demografický vývoj charakterizují následující trendy - nízká porodnost, prodlužování průměrné délky života a stárnoucí společnost.

Díky dlouhotrvající nízké porodnosti (počet narozených dětí od roku 1975 s malými výkyvy dosahuje asi 1,4 dětí na ženu) je dětské generace o třetinu méně než rodičů. Vysoké číslo počtu obyvatel úspěšně udržují přistěhovalci.²

1.4 Úřední jazyk

Němčina, lokálně dánština, fríština a lužická srbština³

1.5 Stručná historie Německa

Území s názvem Germánie bylo obydleno několika germánskými kmeny již před rokem 100 n. l. Od 10. století tvořila německá území jádro Svaté říše římské, která existovala až do roku 1806. V 16. století se severní oblasti staly centrem reformace. Ke sjednocení Německa došlo po prusko-francouzské válce v roce 1871. V roce 1939 rozpoutalo Německo 2. světovou válku, která trvala do roku 1945 a byla největší válkou historie. V roce 1949 bylo Německo rozděleno na dva státy, Německou demokratickou republiku a Německou spolkovou republiku. K jejich sjednocení došlo v roce 1990. Západní Německo bylo v roce 1950 zakládajícím členem Evropského společenství uhlí a oceli a v roce 1957 zakládajícím státem Evropského hospodářského společenství. V současnosti je Německo

² Fakta o Německu [online]. Dostupné z: < <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/cz/spoleenost/main-content-08/obyvatelstvo.html> >

³ Ministerstvo zahraničních věcí České republiky [online]. Dostupné z: < http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/nemecko/ >

součástí Schengenského prostoru. Německou měnou je euro, které v roce 2002 nahradilo německou marku.⁴

1.6 Obchodní jednání

1.6.1 Dobré jméno firmy

Němečtí obchodníci kladou velký důraz na renomé obchodní značky. Pokud má vaše značka dobré jméno ve světě obchodu, máte velký předpoklad v úspěšnou spolupráci.

Od domácích obchodních i běžných zvyklostí se ty německé moc neliší. Výjimkou je známá německá preciznost, přesnost a přísnější dodržování pravidel. V těchto věcech se mají Češi ještě hodně moc co učit. Známa je také německá hrdost. Díky svému preciznímu přístupu a pracovním úspěchům jsou Němci velice hrdí. Často jsou také přesvědčeni o tom, že právě jejich způsob práce je ten nejlepší. Z tohoto důvodu není moc vhodné žertovat na toto téma. Zdánlivě nevinný vtip by mohl být přijat jako urážka.

Nevýhoda plánů, preciznosti, přesnosti a pravidel se ukáže tehdy, když nastane nějaká neočekávaná událost, či změna. Improvizace totiž není silnou stránkou německých obchodníků. Češi jsou v improvizaci naopak velice schopní.

1.6.2 Zákony

K základním hodnotám v obchodě patří dodržování zákonů. Žádný z tamních podnikatelů nechce ohrozit dobré jméno své firmy byť i neúmyslným porušováním zákona. Díky tomu, jsou němečtí obchodníci velice ukáznění, co se pravidel týče.

Znamé jsou také německé obchodní triky a hlavně umění je používat. Nejde o to, aby partnera oklamali ani o upřednostňování okamžitého zisku. To v žádném případě. Seriozní

⁴ Německo [online]. [cit. 25. 8. 2009]. Dostupné z: < <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/cz/spoleenost/main-content-08/obyvatelstvo.html> >

podnikatelé dávají přednost uzavírání obchodu s minimálními riziky, proto často vyčkávají, až pro ně budou podmínky právní i ekonomické co nejvýhodnější.⁵

1.6.3 Vztahy ve firmách

Vztahy mezi zaměstnanci jsou velmi formální. Komunikace ve firmách probíhá většinou formou psaných sdělení. Důležité je také postavení ve firmě. Určitá hierarchie je přesně daná a musí být dodržována. Nadřízený má uznávanou autoritu a zaměstnanci na nižších postech musí poslušně plnit jednoznačné rozkazy. Pokud chceme navázat nové obchodní vztahy, je nejlepší jednat s nejvýše postavenou osobou v organizaci. Němci si zakládají i na tom, aby jednání probíhalo mezi osobami na stejné úrovni – stejného postavení. Z tohoto důvodu, se při přípravách na setkání často sepisuje specifikace účastníků. Proto není vhodné na poslední chvíli měnit složení vyjednávacího týmu. Němečtí jednatele by s touto skutečností mohli mít problém.

1.6.4 Tradice

Velký důraz pokládají němečtí obchodníci na tradice. Čím delší tradice, tím se pro ně stává firma serióznější. Nejde jenom o kvalitu produktu, kreativitu v podnikání nebo obratnost, ale také o schopnost podniku udržet se dlouhodobě na trhu. Pokud má firma dlouholetou tradici, musí umět tuto výhodu patřičně prodat. Dobré například je, uvést rok založení společnosti na vizitce.

Pokud chcete se svým výrobkem uspět, musíte ho umět dobře prezentovat. Němečtí podnikatelé mají rádi dostatek informací. Je důležité uvést veškeré vlastnosti výrobku, včetně technických údajů. Mohlo by se zdát, že používání tolika čísel je zbytečné a unavující, ale nejlépe tak přesvědčíte svého partnera o správnosti koupě.

Abychom si mohli být jisti, že je společnost opravdu tak seriózní, jak se prezentuje, je dobré si získané kontakty prověřit. Nejjednodušší způsob je prověřit si adresu sídla, jestli platí telefonní čísla, atd. Pokud je potřeba si firmu prověřovat více do hloubky, slouží

⁵ EXPORTÉR magazín hospodářských novin [online]. [cit. 20. 2. 2004]. Dostupné z: http://exporter.ihned.cz/c4-10083080-14000030-r00000_d-dobre-jmeno-firmy-je-nejlepsi-vizitkou

k tomu nejrozumnější podnikatelské databáze. Zde je uvedena například historie firmy, platební morálka nebo třeba obchodní aktivity.

1.6.5 Vystupování

Důležitým aspektem při obchodním jednání je také chování a vystupování jednající osoby. První dojem je velice důležitý a může mít vliv na průběh celého jednání. Proto je dobré znát i zvyky země, ve které chceme obchodní spolupráci vybudovat. Především tím možným faux pas.

Představování v Německu probíhá podobným způsobem jako u nás. Nejvhodnější je pevný stisk ruky. Měli bychom se vyvarovat příliš dlouhému podržení či potřásání nebo objímání. Tento způsob pozdravu používají Němci velmi často. Nejen při uvítání nebo rozloučení, ale také například když vstupují do kanceláře kolegy.

Při oslovování se používá Herr nebo Frau a příjmení. Dříve bylo pro neprovdané ženy velice oblíbené oslovení Fräulein, ale od toho se dnes už upustilo.

Za vrchol neslušnosti je považováno vyřizování jiných záležitostí při jednání. Z tohoto důvodu se musíme ujistit, že máme vypnutý telefon.⁶

1.6.6 Jazyk při obchodním jednání

Pokud jednáme v cizí zemi, je dobré zjistit, jaký jazyk je vhodný při schůzce použít. Pokud naše jazykové schopnosti nejsou dostatečné, musíme si sebou vzít překladatele, aby nedošlo k nějakým nedorozuměním. Obchodníci v Německu používají běžnou spisovnou němčinu, které není těžké porozumět. Velmi často lze se zástupci firem jednat také v anglickém jazyce. Pokud ale upřednostňujete francouzštinu, neočekávejte, že s ní v Německu moc uspějete.

Ať jednání probíhá v jakémkoli jazyce, prospekty, různé reklamní letáky a další písemné dokumenty by měly být přeložené do němčiny. Důležitou roli hrají také vizitky. Při

⁶ EXPORTÉR magazín hospodářských novin [online]. [cit. 20. 2. 2004]. Dostupné z: <http://exporter.ihned.cz/c4-10083080-14000030-r00000_d-dobre-jmeno-firmy-je-nejlepsi-vizitkou>

představování dochází mezi jednáními k jejich výměně. Taktéž by měly být v německé verzi, proto je nutné znát místní zvyklosti. Například, co se akademických titulů týče. Němci se na tituly hodně zaměřují už jen proto, že jednají rádi s partnerem stejné úrovně a stejných pravomocí. Vizitky mohou být i v angličtině.

1.6.7 Dochvilnost a přesnost

Nejen vystupování má velký vliv na první dojem. Prvním krokem k úspěchu je dochvilnost a přesnost. Tyto vlastnosti patří totiž v Německu k základním pravidlům zdvořilého chování. Kromě slušného vychování tímto dáváme najevo partnerovi i zájem o spolupráci. Jednání mívají strukturovanou formu, takže začínají přesně, jsou krátká a jasná a končí v naplánovaném čase.

Je běžné sjednávat schůzku nejméně týden dopředu. Pokud nejsme schopni dodržet termín schůzky, je naprosto nezbytné včas zavolat a omluvit se. Důležité je také nezapomenout na různé regionální svátky. V takových dnech neprobíhá pracovní proces ve firmách standardním způsobem.⁷

1.6.8 Vhodné oblečení

Dobrý obchodník či jednatel musí dbát na určitou úroveň jak vystupování, tak i oblékání. Nejsou vhodné žádné velké výstřednosti, naopak. Nejvhodnější je konzervativní styl. Ani přílišné líčení by v takovém případě nebylo na místě. Pro ženy je nejpodstatnější dokonalost a nenápadnost v celkovém dojmu. Proto dbají hlavně na perfektní sladění barev. Ani se šperky a jinými doplňky to nepřehánějí. Muži od business stylu očekávají perfektně padnoucí oblek. Ve výběru jsou velice pečliví a v celkovém dojmu vždy dokonale upravení. Takový přístup očekávají i od svých obchodních partnerů. Povolit kravatu či sundat sako není vhodné v žádné situaci.

Pokud chceme s obchodním partnerem navázat přátelství, je vhodné ho obdarovat nějakou maličkostí. Jinak je dávání darů mezi jednáními spíše výjimečné. V takovém případě by

⁷ EXPORTÉR magazín hospodářských novin [online]. [cit. 20. 2. 2004]. Dostupné z: http://exporter.ihned.cz/c4-10083080-14000030-r00000_d-dobre-jmeno-firmy-je-nejlepsi-vizitkou

dárky neměly být osobní povahy. Jde většinou o diáře, psací potřeby, láhev vína, atd. Kvalita a pečlivé zabalení dárků je velice důležitá. Při pozvání domů je zdvořilé přinést paní domu květiny. Je nutné zjistit, jaké květiny jsou k takové příležitosti v dané zemi vhodné.⁸

⁸ EXPORTÉR magazín hospodářských novin [online]. [cit. 20. 2. 2004]. Dostupné z: <http://exporter.ihned.cz/c4-10083080-14000030-r00000_d-dobre-jmeno-firmy-je-nejlepsi-vizitkou>

2 Ekonomická situace v Německu

Německo se může chlubit jednou z nejsilnějších ekonomik vůbec. Z poslední doby byly nejúspěšnějšími roky 2007 a 2008. Tehdy dosahoval růst HDP 2,5%. Nejvíce se na vývoji podílel export, ale vliv na HDP měla veškerá odvětví. Dokonce i veřejné rozpočty docílily toho, že byly v přebytku. Obchodní bilance byla rekordně plusová a vývoj se nemálo projevil také na pracovním trhu. Německá ekonomika byla velice dobře připravena na další rok. Prognózy očekávaného pokračování pozitivního vývoje se potvrdily. Ale pouze na první část roku. Poté ale dolehla na Německo globální hospodářská krize. Vliv měla na veškeré oblasti ekonomiky. Výrazně poznamenán byl hlavně export, který byl nejsilnějším odvětvím. Díky těmto aspektům činil přírůstek HDP za rok 2008 pouze 1,3%.⁹

2.1 Vývoj hrubého domácího produktu

Koncem 80. let byl hrubý domácí produkt o 20% nad průměrem (přepočteno paritou kupní síly). Tím se Německo řadilo mezi nejbohatší státy Evropy. Od poloviny 90. let ale Německo svou pozici začalo ztrácet. Postupně se na žebříčku propadlo až na 6. místo. Na vině bylo hlavně sjednocení Německa. Náklady byly moc vysoké a pak také snahy hospodářsky se vyrovnat novým spolkovým zemím. Rozdíl mezi západem a východem je neustále značný a z rozpočtu proudí na východ velké množství dotací. K výraznému zlepšení situace na německém trhu došlo v roce 2006. V tomto roce dosáhl ekonomický růst 2,9%. Stejným způsobem pokračoval i následující rok. Vliv na podporu hospodářského vývoje měla jak domácí tak i zahraniční poptávka. Znatelně se také zvýšil export, což mělo nejvyšší podíl na růst hrubého domácího produktu.

Tab. 1 Vývoj hrubého domácího produktu, cenově očištěno

2004	2005	2006	2007	2008
+ 1,3%	+0,9%	+2,9%	+2,5%	+1,3%

Zdroj: Spolkový statistický úřad, březen 2009

⁹ EXPORTÉR magazín hospodářských novin [online]. [cit. 20. 2. 2004]. Dostupné z: http://exporter.ihned.cz/c4-10083080-14000030-r00000_d-dobre-jmeno-firmy-je-nejlepsi-vizitkou

Tab. 2 HDP na obyvatele 2004 - 2008 (EUR)

2004	2005	2006	2007	2008
26 798	27 202	28 185	29 453	30 421

Zdroj: Spolkový statistický úřad, březen 2009

Rok 2008 nebyl příliš šťastný. Došlo k velkému poklesu, hospodářská konjunktura hodně zpomalila. Začátkem roku vzrostl HDP pouze o 1,3% a později bylo toto číslo ještě o hodně nižší. Celkové zvýšení německé ekonomiky bylo ale o 1,3%. K vývoji přispěla - kromě exportů - různá odvětví. Pozitivní dopad na hospodářství měly především investice ve stavebnictví a investice do strojů a zařízení. To samé se nedá říci o spotřebě v domácnostech. Vzhledem k rostoucím cenám se obyvatelstvo uskromňuje a spotřeba spíše stagnuje. Ke konci roku zasáhla Německo, stejně jako ostatní státy, hospodářská krize. Nepředpokládalo se, že vliv krize na německé hospodářství bude tak velký. Pro rok 2009 bylo díky tomu počítáno s propadem o 2,25%.¹⁰

Tab. 3 Podíl jednotlivých odvětví na HDP v roce 2008

HDP v roce 2008 - celkem	2 492 mld. EUR
Odvětví	Podíl v %
Obchod, pohostinství a doprava	17,9
Veřejné a soukromé služby	21,8
Finančnictví, pronájmy a ostatní služby	29,3
Zemědělství, lesnictví a rybolov	0,9
Výrobní sféra bez stavebnictví	25,9
Stavebnictví	4,2

Zdroj: Spolkový statistický úřad, březen 2009

¹⁰ Velvyslanectví České republiky v Berlíně [online]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/nemecka_ekonomika/souhrnna_teritorialni_informace_sti.html

Po propadu na začátku roku 2009 následoval nepatrný vzrůst. V druhém čtvrtletí roku 2009 ekonomika Německa vzrostla o 0,3%. Největší vliv na růst měla soukromá spotřeba a obchod. Díky příznivému vývoji německé ekonomiky to vypadá, že se období recese chýlí ke konci. Díky tomu, že Německo je cílovým trhem pro velké množství českých podniků, ovlivňují problémy Německa i ekonomiku v České Republice.¹¹

2.2 Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR

2.2.1 Smlouvy

Obchodní vztahy mezi zeměmi jsou upravovány celou řádkou podepsaných dohod a smluv. Ani vztahy Německa s Českou republikou nejsou výjimkou. Mezi nejvýznamnější multilaterální dohody patří Evropská dohoda zakládající přidružení mezi Českou republikou na straně jedné a Evropskými společenstvími a jejich členskými státy na straně druhé. (č. 7/1995 Sb.). Dne 16. 4. 2003 byla v Athénách podepsána Smlouva o přistoupení k Evropské unii, na jejímž základě, se 1. 5. 2004 stala Česká republika členským státem Evropské unie.

Mezi nejvýznamnější dvoustranné dohody ekonomického charakteru patří:

- Dohoda mezi ČSFR a SRN o podpoře a vzájemné ochraně investic (č. 573/1992 Sb., podepsaná dne 2. 10. 1990 v Praze, platná od 2. 8. 1992) a
- Dohoda o zamezení dvojího zdanění v oboru daní z příjmu a z majetku (č. 18/1984 Sb., podepsaná dne 19. 12. 1980 v Praze, platná od 17. 11. 1983).

¹¹ ONLINE ZPRÁVY HOSPODÁŘSKÝCH NOVIN [online]. [cit. 25. 8. 2009]. Dostupné z: <
<http://ekonomika.ihned.cz/c1-38140750-potvrzeno-nemecka-ekonomika-smeruje-k-ukonceni-recese-vzrostla-o-0-3-procenta>>

K základním dohodám a smlouvám ekonomického a pracovně-právního charakteru dále patří:

- Dohoda mezi vládou ČSSR a vládou SRN o dalším rozvoji hospodářské, průmyslové a technické spolupráce (č. 83/1975 Sb., podepsaná dne 22. 1. 1975 v Bonnu, platná ode dne podpisu)
- Dohoda mezi vládou Československé socialistické republiky a vládou Spolkové republiky Německo o vnitrozemské vodní dopravě (č. 330/1990 Sb., podepsaná dne 26. 1. 1988 v Praze)
- Dohoda mezi vládou ČSSR a vládou SRN o vzájemné úpravě zdaňování silničních vozidel v mezinárodní dopravě (č. 486/1992 Sb., podepsaná dne 8. 2. 1990 v Bonnu, platná od 28. 5. 1992)
- Ujednání mezi FMZV ČSFR a Spolkovým ministerstvem výživy, zemědělství a lesnictví SRN o podpoře spolupráce podniků v oblasti zemědělství, lesnictví a potravinářství (podepsaná dne 17. 4. 1990 v Praze, platná ode dne podpisu)
- Dohoda mezi vládou České a Slovenské Federativní Republiky a vládou Spolkové republiky Německo o vzájemném zaměstnávání československých a německých občanů za účelem rozšíření jejich odborných a jazykových znalostí z 23. 04. 1991
- Dohoda mezi vládou ČSFR a vládou SRN o vysílání československých pracovníků z podniků se sídlem v ČSFR k zaměstnání na základě smluv o dílo (podepsaná dne 23. 4. 1991 v Praze, platná ode dne podpisu, včetně Ujednání č. 366/1991)
- Dohoda mezi Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR a Spolkovým ministerstvem pro životní prostředí, ochranu přírody a bezpečnosti reaktorů SRN o uskutečnění společných pilotních projektů na ochranu životního prostředí ke snížení znečištění životního prostředí přecházejícího hranice (č. 28/1995 Sb., podepsaná dne 19. 12. 1994 v Praze)
- Smlouva mezi ČR a SRN o ulehčení pohraničního odbavování v železniční, silniční a vodní dopravě (č. 157/1996 Sb., podepsaná dne 19. 5. 1995 ve Furth im Wald, platná od 1. 6. 1996)

- Dohoda mezi vládou ČSFR a vládou SRN o vědeckotechnické spolupráci (podepsaná dne 2. 11. 1990 v Praze, platná ode dne podpisu)
- Dohoda mezi vládou ČR a vládou SRN o mezinárodní silniční osobní a nákladní dopravě (č. 199/1997 Sb., podepsaná dne 19. 6. 1997 v Praze, platná ode dne podpisu)
- Smlouva mezi ČR a SRN o spolupráci na hraničních vodách v oblasti vodního hospodářství (č. 66/1998 Sb., podepsaná dne 12. 12. 1995 v Drážďanech, platná od 25. 10. 1997)
- Dohoda mezi vládou ČR a vládou SRN o spolupráci v oblasti ochrany životního prostředí (č. 53/1999 Sb., podepsaná dne 24. 10. 1996 v Bonnu)
- Dohoda mezi Ministerstvem životního prostředí ČR a Spolkovým ministerstvem pro životní prostředí, ochranu přírody a bezpečnost reaktorů SRN o uskutečnění společných pilotních projektů na ochranu životního prostředí ke snížení znečištění životního prostředí přecházejícího hranice (č. 300/1996 Sb., podepsaná dne 24. 10. 1996 v Bonnu)
- Dohoda mezi vládou ČR a vládou SRN o ulehčení mezinárodní životně důležité civilní dopravy (podepsaná dne 23. 4. 1998 v Bonnu, platná ode dne podpisu)
- Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Spolkové republiky Německo o letecké dopravě (podepsaná dne 23. 4. 1998 v Bonnu)
- Smlouva mezi Českou republikou a Spolkovou republikou Německo o železniční dopravě přes společné státní hranice a o ulehčené průvozní železniční dopravě (č. 63/2001 Sb., podepsaná dne 19. 6. 1997 v Praze)
- Smlouva mezi Českou republikou a Spolkovou republikou Německo o dalším usnadnění styku při poskytování právní pomoci na základě Haagských úmluv ze dne 1. března 1954 o civilním řízení, ze dne 15. listopadu 1965 o doručování soudních a mimosoudních písemností v cizině ve věcech občanských nebo obchodních a ze dne 18. března 1970 o provádění důkazů v cizině ve věcech občanských nebo obchodních (Praha z 02. 02. 2000)

- Smlouva mezi Českou republikou a Spolkovou republikou Německo o vzájemné pomoci při katastrofách a velkých haváriích z 19. 09. 2000
- Smlouva mezi Českou republikou a Spolkovou republikou Německo o sociálním zabezpečení Praha, 27. 07. 2001 (č. 94/2002 Sb. m. s.)
- Ujednání o provádění Smlouvy ze dne 27. července 2001 mezi Českou republikou a Spolkovou republikou Německo o sociálním zabezpečení Praha, 27. 07. 2001 (č. 95/2002 Sb. m. s.)
- Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Spolkové republiky Německo o přechodném pobytu příslušníků ozbrojených sil České republiky a ozbrojených sil Spolkové republiky Německo na území druhého státu, Praha, 31. 07. 2003 (č. 93/2004 Sb. m. s.)
- Dohoda mezi vládou České republiky a vládou Spolkové republiky Německo o započítání zásob ropy a ropných produktů České republiky uskladněných ve Spolkové republice Německo, Praha, 12. 01. 2004 (č. 37/2004 Sb. m. s.)

Po vstupu ČR do Evropské unie nedošlo ke zrušení platnosti těchto smluv, ačkoliv některá jejich ustanovení se stala překonanými (obsolentní) nebo byla překryta legislativou EU (acquis communautaire).¹²

2.2.2 Bilance vzájemné obchodní výměny 2000-2008

Úroveň obchodní spolupráce mezi Českou republikou a Německem je velmi vysoká. Německo patří k našim nejdůležitějším obchodním partnerům.

¹² Velvyslanectví České republiky v Berlíně [online]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/nemecka_ekonomika/souhrnna_teritorialni_informace_sti.html

Tab. 4 Podíl SRN na celkovém zahraničním obchodě s ČR v roce 2000 a 2008

	2000 (%)	2008 (%)
Vývoz ČR	40	31
Dovoz do ČR	32	27
Obrat	36	29

Zdroj: ČSÚ, 2009

Česká ekonomika je vysoce provázána s ekonomikou německou a zároveň s německým trhem. Svědčí o tom vysoký podíl českého vývozu do Německa. Od roku 1998 je také obchodní bilance aktivní. Vývoz České republiky do Německa vzrostl od roku 1997 do roku 2001 z 256 mld. Kč na 484 mld. Kč. Nárůst byl o 89,1%. V roce 2002 došlo k mírnému poklesu, ale v roce 2003 se obnovila tendence růstu, která ještě posílila v roce 2004, kdy Česká republika vstoupila do EU a tím došlo k zjednodušení zahraničního obchodu. Tehdy, poprvé v historii, překročil obrat vzájemného obchodu jeden bilion Kč.¹³

Tab. 5 Česko-německý zahraniční obchod za období 2000 – 2007

V milionech Kč								
Rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Vývoz	453 521	484 424	457 020	507 154	623 100	628 530	684 974	761 775
Dovoz	400 538	456 491	430 510	469 319	554 300	550 495	599 422	670 601
Obrat	854 059	940 915	887 530	976 473	1177 400	1179 025	1284 396	1432 376
Bilance	52 983	27 933	26 510	37 835	68 800	78 035	85 552	91 174

Zdroj: ČSÚ, březen 2008

¹³ Velvyslanectví České republiky v Berlíně [online]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/nemecka_ekonomika/souhrnna_teritorialni_informace_sti.html

Zahraniční obchod mezi Německem a Českou republikou měl v letech 2000 – 2007 neustále rostoucí tendenci. V roce 2008 ale došlo, jak na straně vývozu, tak na straně dovozu, k poklesu objemu obchodu.

Tab. 6 Vzájemné ekonomické vztahy za 2008

	Vývoz	Dovoz	Obrat	Saldo
Mil. Kč	758 463	640 670	1 399 133	117 793
Index 07/08	99,5	95,6	97,7	

Zdroj: ČSÚ, únor 2009

Podle údajů Českého statistického úřadu dosáhl vývoz do Německa v r. 2008 758,5 mld. Kč a dovoz z Německa činil 640,7 mld. Kč. Pokud porovnáme roky 2007 a 2008, všimneme si poklesu na straně importu, ale také na straně exportu. Obchodní bilance 117,8 mld. Kč je pro Českou republiku stále vysoce aktivní.

Německo se skládá z 16 spolkových zemí. Ty se od sebe liší intenzitou, velikostí a komoditními zvláštnostmi co se týče obchodní výměny s Českou republikou. Největší podíl na obchodní spolupráci mají tři spolkové země: Severní Porýní-Vestfálsko, Bádensko-Virtembersko a Bavorsko. Jedná se o 63% českého vývozu a 48% dovozu z Německa. S 23% vývozu a 18% dovozu do České republiky další tři země: Dolní Sasko, Hesensko a Sasko. 86% našeho vývozu a 66% našeho dovozu z Německa připadne tedy na tyto spolkové země.¹⁴

¹⁴ Velvyslanectví České republiky v Berlíně [online]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/nemecka_ekonomika/souhrnna_teritorialni_informace_sti.html

Tab. 7 Podíl jednotlivých spolkových zemí na zahraničním obchodě ČR - SRN

Spolková země	Vývoz do SRN (%)	Dovoz do SRN (%)	Obrat (%)
Šlesvicko-Holštýnsko	0,9	1,1	1,0
Hamburg	2,6	2,0	2,3
Dolní Sasko	7,3	8,4	7,9
Brémy	0,8	0,5	0,7
Severní Prýní-Vestfálsko	15,6	16,3	15,9
Hesensko	5,6	5,3	5,5
Rýnská Falc	2,2	3,6	2,9
Bádensko-Virtembersko	16,8	13,2	15,0
Bavorsko	30,6	18,3	24,5
Sársko	1,8	1,1	1,4
Berlín	0,9	1,1	1,0
Braniborsko	0,8	1,6	1,2
Meklenbursko-Přední Pomořansko	0,4	0,2	0,3
Sasko	9,6	4,4	7,0
Sasko-Anhaltsko	1,2	2,8	2,0
Durynsko	1,2	2,1	1,7
Nespecifikováno	1,8	17,9	9,8
Celkem	100	100	100

Zdroj: Spolkový statistický úřad, březen 2009

2.2.3 Komoditní struktura vývozu do Německa

Komoditní struktura vývozu do Německa se již řadu let téměř nemění. Hlavním produktem jsou silniční vozidla, ty se podílí přibližně 16%. To znamená jedna třetina veškeré české automobilové produkce. Automobily, stroje a další dopravní prostředky tvoří celkem 54% vývozu do Německa. Otevření trhu nemělo stejný úspěch v zemědělství. Co se týče vývozu

do SRN, nedošlo k znatelnému růstu. Podíl zemědělských a potravinářských výrobků se pohybuje dlouhodobě okolo 2%.¹⁵

Tab. 8 Vývoz České republiky do Německa, 2008

Komodita	Statistická hodnota v tisících Kč
Potraviny a živá zvířata	16 324 594
Nápoje a tabák	1 629 218
Suroviny nepoživatelné (s výjimkou paliv)	23 642 364
Minerální paliva, maziva a příbuzné materiály	27 807 702
Živočišné a rostlinné oleje, tuky a vosky	335 436
Chemikálie a příbuzné výrobky	31 302 155
Tržní výrobky tříděné hlavně podle materiálu	153 720 259
Stroje a dopravní prostředky	409 974 134
Průmyslové a spotřební zboží	93 264 547
Komodity a předměty obchodu	462 468
Nezařazené	375
Celkem	758 463 252

Zdroj: ČSÚ, březen 2009

¹⁵ Velvyslanectví České republiky v Berlíně [online]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/nemecka_ekonomika/souhrnna_teritorialni_informace_sti.html

2.2.4 Dovoz z Německa

Tab. 9 Dovoz z Německa do České republiky, 2008

Komodita	Statistická hodnota v tisících Kč
Potraviny a živá zvířata	25 493 829
Nápoje a tabák	1 460 026
Suroviny nepoživatelné, s výjimkou paliv	8 891 958
Minerální paliva, maziva a příbuzné materiály	22 272 901
Živočišné a rostlinné oleje, tuky a vosky	1 619 466
Chemikálie a příbuzné výrobky	77 259 789
Tržní výrobky tříděné hlavně podle materiálu	150 640 379
Stroje a dopravní prostředky	290 655 698
Průmyslové a spotřební zboží	62 114 985
Komodity a předměty obchodu	259 962
Dopočty	996
Celkem	640 669 989

Zdroj: ČSÚ, březen 2009

Struktura komodit dovážených z Německa se liší jen velmi málo od českého vývozu. Dovozy zařízení a strojů tvoří 45% (13% silniční vozidla). Polotovary, kterých je u nás nedostatek, mají vyšší podíl dovozu. Jedná se především o produkty chemického průmyslu.

2.2.5 Vstup německého kapitálu na český trh

Po roce 1989, kdy se otevřely hranice se západními zeměmi, do České republiky začaly proudit nejrůznější investice. Na český trh vstupovaly zahraniční firmy se svým kapitálem. Díky tomu došlo nejen k přílivu financí, ale i nových technologií, know-how, organizace nebo produktivity práce. Po celé ČR vznikaly podniky se zahraniční kapitálovou účastí. Několik příkladů firem vstoupivších na český trh po roce 1989:

Volkswagen - Po politickém převratu v roce 1989 začala vláda Československé republiky a vedení firmy Škoda v Mladé Boleslavi hledat v nových podmínkách tržního hospodářství silného zahraničního partnera, který by zajistil svými zkušenostmi a investicemi mezinárodní konkurenceschopnost. V prosinci 1990 se vláda rozhodla pro spolupráci s německým koncernem Volkswagen. 16. dubna 1991 zahájil svou činnost společný podnik Škoda, automobilová a.s., jenž se stal vedle firem VW, Audi a Seat čtvrtou značkou koncernu.¹⁶

Knauf - V roce 1991 vznikla firma Knauf Praha s.r.o.. Velká spotřeba stavebních materiálů a trvalý růst stavebního průmyslu převýšily kapacitní možnosti kbelského závodu na výrobu malt a omítek, který byl převzat v roce 1993, a bylo nutné vybudovat druhý výrobní závod.

Společnost Knauf a České energetické závody (ČEZ) založily v roce 1992 výrobní závod sádrokartonových desek Knauf Počerady s.r.o.¹⁷

Würth, spol. s r.o. – ČR - na českém trhu působí již od roku 1991.¹⁸

Siemens Česká Republika - Zastoupení společnosti Siemens v České republice bylo obnoveno v roce 1990. V současné době patří Siemens s 12.500 zaměstnanci mezi největší zaměstnavatele v ČR. V obchodním roce 2007/2008 vykázala skupina podniků Siemens v České republice obrát 44 miliard Kč.¹⁹

¹⁶ Škoda - Auto 2009, Historie firmy [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.skoda-auto.cz/company/cze/profil/tradition/history/Pages/history.aspx>>

¹⁷ Knauf, Historie společnosti [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.knauf.cz/index.php?ID=1004>>

¹⁸ Würth, spol. s r.o. - ČR, Základní informace o společnosti Würth, spol. s r.o. – ČR 2009 [online]. Dostupný z WWW: <<http://wuerth.cz/data/index.php?module=home>>

¹⁹ Siemens, Profil společnosti 2008 [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.siemens.cz/siemjet/cz/home/about/profile/Main/index.jet>>

Mezi firmy, které po roce 1989 vstoupily na český trh, patří i německá společnost Christian Schwaiger GmbH & Co.KG.

3 Charakteristika společnosti Schwaiger, s. r. o.



Obr. 3 Logo firmy

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

3.1 Historie

Společnost Christian Schwaiger Eleteilefabrik GmbH založil v roce 1946 v Langenzennu v severním Bavorsku, pan Christian Schwaiger. Od počátku se výrobní společnost zaměřila na radiokomunikační, anténní a později TV techniku. Jednoduše na vše co souvisí s přenosem obrazového a zvukového signálu. V její šedesátileté historii jsou některá důležitá data, která tuto společnost předurčila k významnému postavení na evropském trhu satelitní a anténní techniky.

V roce 1964 vyvinula společnost Schwaiger UHF konvertor, který umožňoval nastavení příjmu programu ZDF (německý televizní zpravodajský program) a třetího programu i u starších TV přijímačů. O osm let později zaznamenaly výrazný obchodní úspěch zesilovače společných antén a zároveň s rozšiřováním kabelové techniky i první Schwaiger koaxiální konektory série KST a WST. Koncem 80. Let, kdy začalo vysílání přes satelit ASTRA, Schwaiger začíná prodávat i první přístroje pro jeho příjem.

V roce 1994 zemřel Christian Schwaiger a společnost převzal jeho syn, který ji z rodinných důvodů prodal firmě VIVANCO. Hlavním zákazníkem začaly být obchodní domy a řetězce. Výroba byla odsunuta a vše se soustředilo na překup a prodej.

V roce 1995 získává společnost Schwaiger GmbH certifikát DIN EN ISO 9001 pro vedení a řízení kvality. V té době začíná Schwaiger svoje výrobní a prodejní aktivity směřovat i do zemí bývalého východního bloku. Jako strategické místo si vybral Českou republiku, kde byla v roce 1995 založena dceřiná společnost Schwaiger, s. r. o. se sídlem ve Vrchlabí. Svoje vývojové a výrobní úsilí zaměřila především na sortiment zesilovačů a multipřepínačů. Později byla výroba společnosti Schwaiger kompletně přemístěna do závodu ve Vrchlabí a v Německu nadále zůstává centrála vývoje a nákupu.

3.2 Status a organizace společnosti

Schwaiger, společnost s ručením omezeným, byla založena v roce 1995 a je samostatným právním subjektem v České republice. Tato společnost byla dceřinou společností německé firmy Christian Schwaiger GmbH se sídlem v Langenzennu. 27. října tohoto roku byl 100% obchodní podíl na společnosti Schwaiger, s.r.o. prodán americké společnosti CIGNET LLC – Europe. Firma působí v oboru satelitní a anténní techniky, zavedla a používá systém zaručující kvalitu v oboru Sdělovací technika a je držitelem certifikátu ISO 9001: 2000.

Společnost byla zapsána do obchodního rejstříku dne 28. dubna 1995 vedeného Krajským soudem v Hradci Králové a je evidována v oddíle C, vložka 13617. Sídlem společnosti je Vrchlabí, Nádražní 472, PSČ 543 01. Identifikační číslo je 636 76 273.

Předmět podnikání je:

- Koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej
- Zprostředkovatelská činnost v oblasti obchodu
- Výroba, instalace a opravy elektrických strojů a přístrojů
- Výroba, instalace a opravy elektronických zařízení

Účetním obdobím je hospodářský rok, který trvá od 1. července do 30. června.

Podle stavu obchodního rejstříku k datu 1. 1. 2009 je statutární orgán tvořen jednatelem Ing. Tomášem Pelíškem, jehož funkce vznikla 1. ledna 2000. Většinovým společníkem společnosti je společnost Christian Schwaiger GmbH & Co. KG, Langenzenn. Její vklad činí 6 593 000,- Kč a obchodní podíl činí 95 %.

Dalším společníkem je Ing. Tomáš Pelíšek, který do společnosti vložil 347 000,- Kč a jeho obchodní podíl činí 5 %. Všechny vklady jsou splaceny. Základní kapitál společnosti je 6 940 000,- Kč. V průběhu psaní této práce došlo ke změnám ve vlastnické struktuře společnosti, vzhledem k tomu, že se jedná o poslední dva měsíce sledovaných dat, nebude na současný stav kladen zřetel.

Jednatel společnosti je smluvně jmenován do funkce valnou hromadou a tou může být i odvolán. Společnost se organizačně dělí na úseky, v jejichž čele stojí vedoucí úseků. Vedoucí úseků do funkce ustanovuje a odvolává jednatel se souhlasem většinového společníka. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada společníků. Společnost řídí jednatel v souladu s usneseními valných hromad společnosti.

Jednatel se při řízení společnosti opírá o smluvní ustanovení svých smluv o výkonu jednatelství, jejich příloh a dodatků. Jednatel je zejména odpovědný za celkový ekonomický výsledek společnosti a ze zákona za správnost účetních operací, dále za styk s úřady České republiky, za personální politiku společnosti a úspěšný provoz firmy.

Pro některá závažná rozhodnutí si musí jednatel vyžádat souhlas odpovědných pracovníků společnosti Christian Schwaiger GmbH (jednatele nebo pověřeného pracovníka odpovědného za společnost Schwaiger, s.r.o.). Jedná se zejména o úkony finanční, ekonomické, uzavírání a změny některých smluv nad stanovené finanční výše. Tyto úkony jsou stanoveny ve společenské smlouvě.

3.3 Předmět činnosti firmy

Firma Schwaiger, s.r.o. je výrobcem satelitních multipřepínačů, zesilovačů a speciálních anténních zásuvek s přenosem dat.

Firma Schwaiger distribuuje např. satelitní a pozemní digitální přijímače, antény, koaxiální kabely a příslušenství pro anténní rozvod. Mezi vyráběné prvky anténních rozvodů patří např. anténní zásuvky, anténní zesilovače, odbočovače a rozbočovače, koaxiální kabely, konektory a multipřepínače. Multipřepínače a zesilovače jsou považovány z hlediska výroby za nejvýznamnější výrobky.

3.4 Politika jakosti

Firma Schwaiger vyvíjí, konstruuje, zhotovuje a distribuuje vysoce kvalitní výrobky komunikační a přenosové techniky. Pod slovem „jakost“ rozumí více, než jen absolutní kvalitu produktu ve smyslu technické bezvadnosti. Chápe ho spíše jako souhrn hledisek, na kterých se zakládá spokojenost zákazníků s firmou, jejími výrobky a službami. Jsou to technické parametry, kvalitě odpovídající ceny, inovační potence, technická bezpečnost, trvalá spolehlivost, dodržování termínů, milí a bezchybní zaměstnanci. Schwaiger se snaží udržet si úspěch na trhu a to tím, že očekávání zákazníků nejen plní, ale stále překonává.

Organizační struktura je pouze pomocný prostředek pro efektivní uskutečnění jednotlivých procesů. Rozhodující je, aby zaměstnanci, který se účastní jednoho procesu, nebyl lhostejný průběh celkového procesu. Něco podobného platí i pro hierarchii podřízených vztahů: cílem nemůže být to, že nadřízený vše vymyslí a zaměstnanci to jen odpracují. Úkolem nadřízeného by mělo být dovést a zmocnit zaměstnance k tomu, aby se do nejvíce snažil o nejeфекtivnější průběh procesu a vnášel do něj své vlastní myšlenky a schopnosti.

3.5 Obchodní činnost firmy

Nejvýznamnějším trhem pro firmu Schwaiger je Německo. Mateřská společnost ve většině případů dodá materiál a polotovary, v České republice se výrobek vyrobí a putuje zpět na německý trh. Prodej již dále zajišťuje mateřská společnost sama.

V rámci České republiky a Slovenska funguje síť tzv. obchodně-poradenských středisek, která zajišťují prodej výrobků a technické informace. Tato obchodně-poradenská střediska jsou vlastně zprostředkovatelé prodeje ke konečnému zákazníkovi. Zprostředkovatel nakupuje zboží (stává se jeho vlastníkem) a dále ho prodává. Pracuje vlastním jménem, na vlastní riziko a odpovědnost. V České republice jsou tato střediska v Praze, Vrchlabí, Pardubicích, Novém Bydžově, Plzni, Karlových Varech, Teplicích, Jirkově, Novém Jičíně, Ostravě, Olomouci a v Brně. Na Slovensku je pouze jedno obchodně-poradenské středisko, a to v Bratislavě.

3.6 Ekonomické údaje o firmě

Společnost Schwaiger, s.r.o. lze z pohledu základních ukazatelů charakterizovat jako malou až středně velkou a dlouhodobě stabilizovanou firmu. Počtem zaměstnanců patří v posledních letech mezi malé firmy, svým obratem se řadí spíše mezi firmy střední velikosti. Počet pracovníků dlouhodobě klesá (výjimkou je rok 2008) a to především z důvodu udržení úrovně produktivity práce.

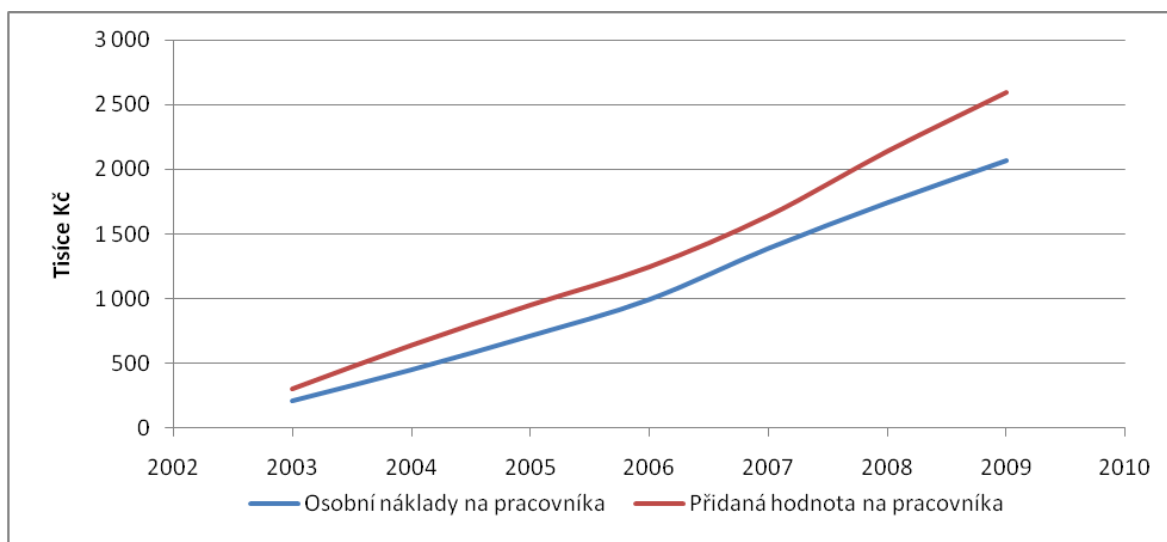
Tab. 10 Základní ukazatele (v tis. Kč)

	2003	2004	2005
Počet pracovníků	76,40	54,80	51,20
Tržby celkem	123 458	87 165	78 342
Osobní náklady	16 314	13 157	13 390
Přidaná hodnota	23 208	18 469	15 870

2006	2007	2008	2009
49,70	43,50	49,40	41,50
70 011	85 080	102 489	69 904
13 914	13 961	17 389	14 736
14 621	17 149	24 589	18 505

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

Zdravá hospodářská situace ve firmě je zde pro účel této práce vyjádřena tempem růstu osobních nákladů na jednoho pracovníka a tempem růstu produktivity práce vztažené na vytvořenou přidanou hodnotu. Přestože porovnání těchto údajů nepřináší zcela optimální výsledek, tak můžeme říci, že osobní náklady na pracovníka předběhly vývoj produktivity práce pouze o 0,2% od roku 2003.



Obr. 4 Kumulované osobní náklady a přidaná hodnota na pracovníka

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

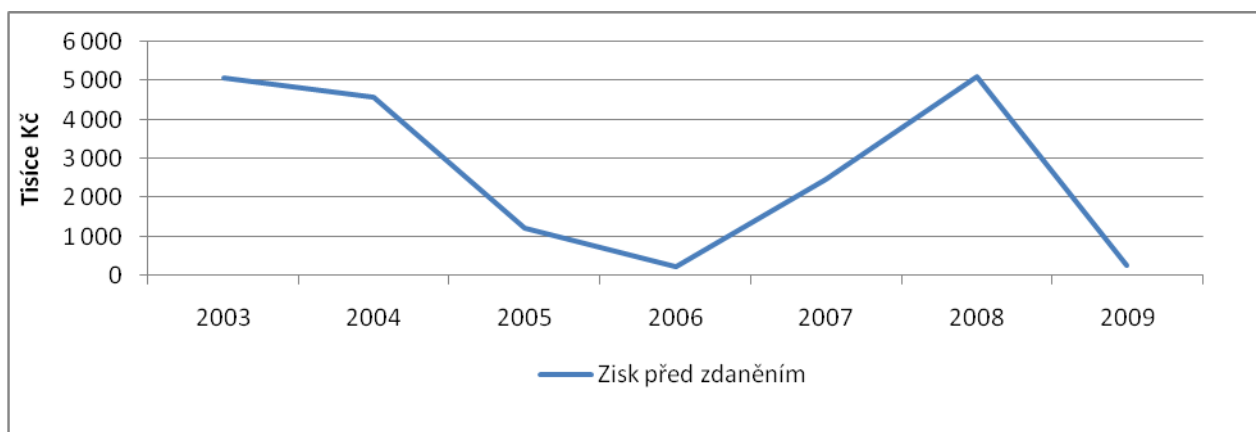
Tab. 11 Zisk (v tisících Kč)

	2003	2004	2005
Zisk před zdaněním	5 085	4 569	1 204
Míra zisku	0,04	0,05	0,02

2006	2007	2008	2009
209	2 459	5 111	233
0,00	0,03	0,05	0,00

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

V tabulce číslo 11 vidíme údaje o výši zisku před zdaněním. Tato data jsou pouze informativní, neboť je bylo nutné pro lepší dlouhodobou srovnatelnost převést z hospodářského roku na rok kalendářní, a to od roku 2005. Přesto dokládají úroveň celkového hospodaření společnosti, kdy každá koruna tržeb přináší firmě v průměru 3 haléře zisku. Firma tedy hospodaří s mírou zisku 3%. Všechny tyto ekonomické hodnoty v sobě zohledňují i veškerá opatření, která společnost musela provést v posledních třech letech, aby si dokázala udržet svoji pozici na trhu anténní a satelitní techniky. K nim patří mimo jiné i krátkodobé snižování hrubé marže u vybraných skupin nabízeného sortimentu.



Obr. 5 Zisk před zdaněním

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

Veškerá data z roku 2009 jsou očištěna o vliv odpisu pohledávky za dlužníkem v insolvenčním řízení a vliv rozdílu mezi pořizovací a prodejní cenou obchodního podílu.

Pro měsíc prosinec 2009 je uváděn kvalifikovaný odhad.

3.6.1 Tržby

Tab. 12 Vývoj celkových tržeb v letech 2001-2009 (v tisících Kč)

	2001	2002	2003	2004
Tržby celkem	117 154	97 230	123 458	87 165
Tržby celkem Německo	61 364	54 833	81 889	51 831
Tržby za ostatní vývoz (SK, PL)	5 179	1 746	1 423	2 388

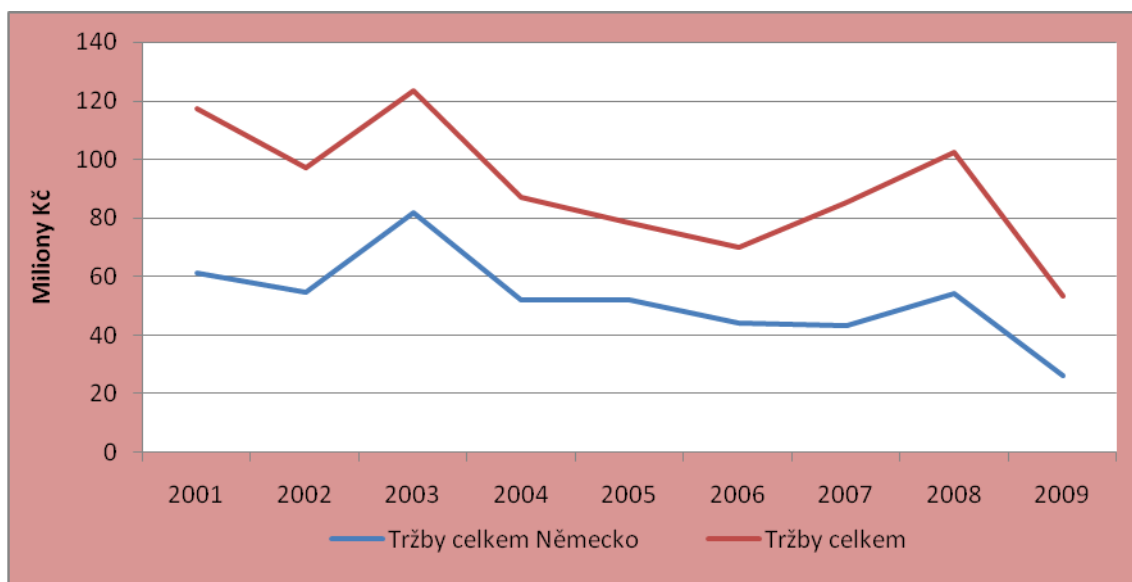
	2005	2006	2007	2008	2009
	78 342	70 011	85 080	102 489	69 904
	52 191	43 918	43 208	53 993	28 189
	2 053	1 857	2 751	2 585	2 847

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

Od roku 2001, kdy jsou sledována data pro účely této bakalářské práce, tržby celkem za celou firmu Schwaiger, s.r.o. poklesly v dlouhodobém horizontu o téměř 50%. Hlavní vlivy tohoto poklesu jsou především tyto dva:

- 1) V roce 2004 došlo k ukončení prodejů do marketových řetězců. Tyto prodeje tvořily do té doby asi polovinu obrátu prodaného zboží.
- 2) Druhým rozhodujícím faktorem, který ovlivnil současnou úroveň tržeb, byla celosvětová hospodářská krize, která výrazně zasáhla i Německo a způsobila propad tržeb v roce 2009 oproti roku 2001 o více než 55%.

Výrobní část firmy Schwaiger je na prodeji do Německa závislá a propad objednávek v prvním pololetí roku 2009 způsobil značné problémy z hlediska využití kapacit a zaměstnanosti. Historicky významným se stal rok 2004, kdy bylo rozhodnuto o přesunu výrobních kapacit z německé mateřské firmy v Langenzennu do Vrchlabí. Pouze tato skutečnost zde pomohla zachovat výrobu. Na druhé straně začala mateřská firma nakupovat některé výrobky přímo z Dálného východu, především z Číny. Přesuny v celkovém výsledku znamenaly pokles obrátu s Německem.

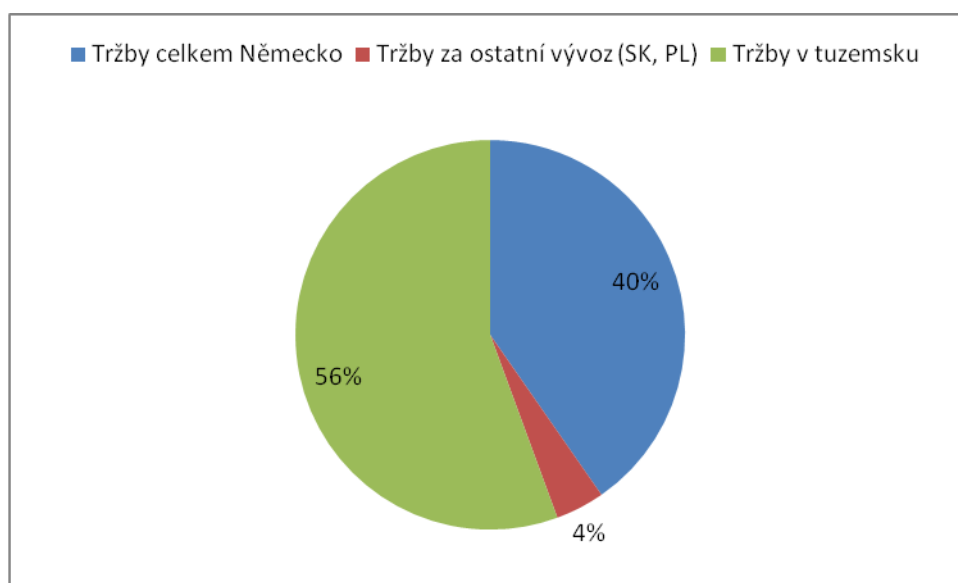


Obr. 6 Tržby

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

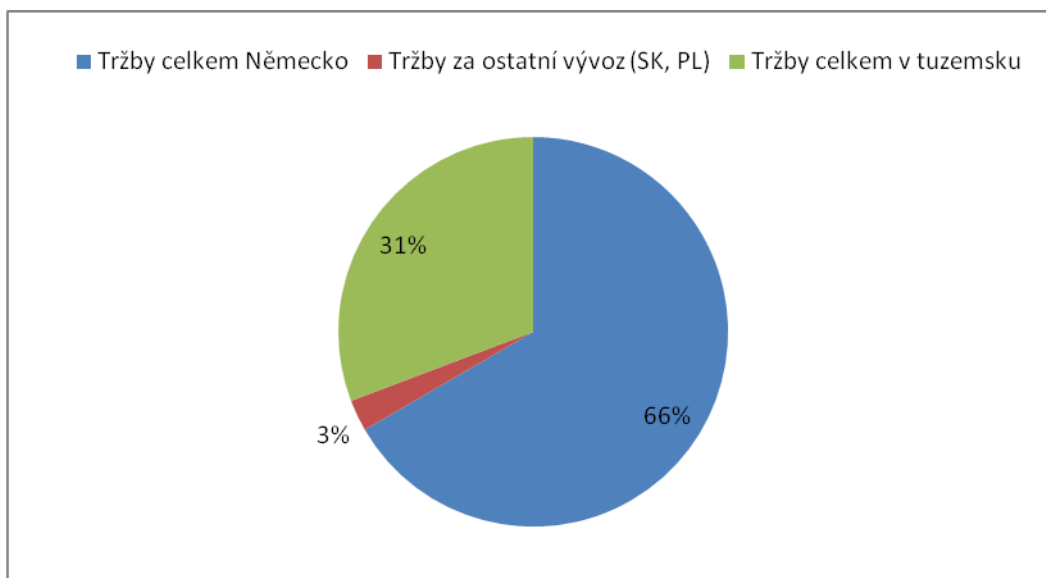
V dalších letech šlo pak o udržení absolutní výše obratu, přičemž ukazatele za roky 2005 a 2006 ukazují zvýšení podílu prodejů do Německa na celkovém obratu společnosti. Posílení pozice Německa na celkovém obratu bylo ovlivněno plněním rámcových smluv s firmami Kabel Deutschland (anténní zesilovače), Fracaro (satelitní multipřepínače) a firmou R&M (multimediální zásuvky). Spolupráce s prvními dvěma uvedenými firmami v dalším období již nepokračovala a i z tohoto důvodu podíl prodeje do Německa na celkovém prodeji výrazně poklesl (-19% v roce 2007 a -16% v roce 2008 oproti roku 2006).

Následující grafy porovnávají tržby v letech 2005 a 2009.



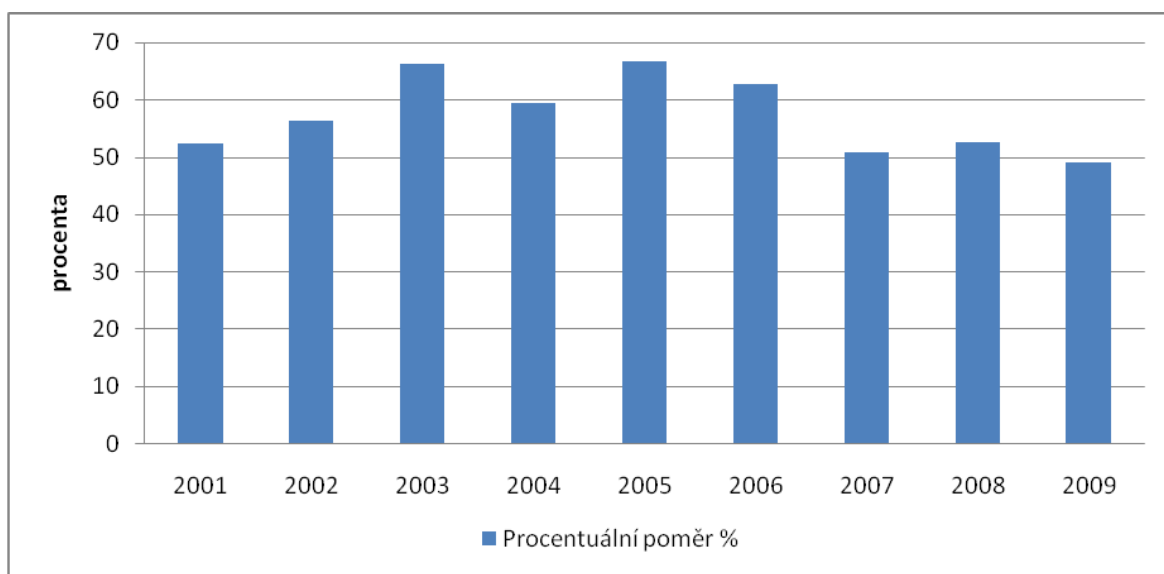
Obr. 7 Tržby 2009

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger



Obr. 8 Tržby 2005

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger



Obr. 9 Podíl prodeje do Německa na celkových tržbách

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

Vývoj tržeb v dalších letech 2007 - 2008 byl do značné míry ovlivněn opět dvěma skutečnostmi:

- 1) Jednak ze strany mateřské firmy - došlo k poklesu poptávky po některých typech výrobků (satelitní multipřepínače). Tato skutečnost měla za následek pokles prodeje vlastních výrobků do Německa o 13%.
- 2) V České republice začal proces postupné digitalizace televizního vysílání a proto především v roce 2007 a 2008 byly prodeje v tuzemsku nad objemy předchozích let (v roce 2007 +66% a v roce 2008 dokonce +95% v porovnání s rokem 2006). Pokles obchodu s Německem tak byl kompenzován zvýšeným prodejem satelitní techniky na tuzemském trhu).

Další vývoj v roce 2009 byl jednoznačně ovlivněn propadem jak poptávky na trhu v Německu, tak i spotřebitelské poptávky na tuzemském trhu. Tento "objektivní" vliv měl za následek nejhorší výsledek, jak co se týče celkového obrátu firmy, tak i vzájemného obchodu s Německem a to od roku 2001.

3.6.2 Nákup

Tab. 13 Závislost firmy na dovozech z Německa (v tisících Kč)

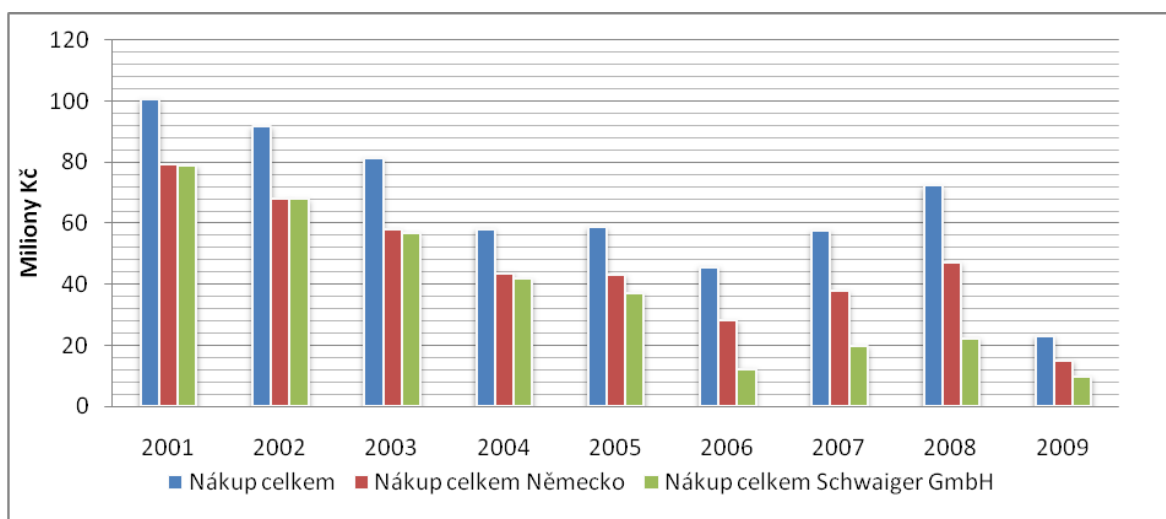
	2001	2002	2003	2004
Nákup celkem	100 652	91 801	81 444	58 208
Nákup celkem Německo	79 353	68 052	58 174	43 772
Nákup celkem Schwaiger GmbH	79 117	68 021	56 951	41 838

2005	2006	2007	2008	2009
58 749	45 817	57 759	72 385	23 165
43 288	28 287	37 921	47 317	15 136
37 208	12 372	19 855	22 479	9 863

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

Společnost Schwaiger, s.r.o. může hodnotit svoji míru závislosti na dovozech z Německa jako klesající, nikoli však svoji závislost na zahraničních dodavatelích obecně. V letech 2001 až 2003 se podíl Německa na celkových nákupech ze zahraničí blížil 100% a tato skutečnost také nepřímo ovlivňovala i vysoký deficit obchodní bilance (použijeme-li makroekonomickou terminologii na podmínky firmy Schwaiger, s.r.o.).

Německo v těchto letech jednoznačně dominovalo a bylo pro zahraniční obchod společnosti Schwaiger, s.r.o. určující. Na jedné straně téměř veškerý vývoz směřoval do Německa a na druhé straně i většina výrobních vstupů a zboží pocházela také z Německa. V těchto letech si také málokdo uvědomoval důsledky, jaké by mohla mít tato jednostranná závislost na jednom obchodním partnerovi. Vzhledem k tomu, že Německo dlouhodobě patří k nejotevřenějším evropským ekonomikám tak byla jeho hospodářskými problémy o pět let později zasažena i společnost Schwaiger.



Obr. 10 Závislost firmy na dovozu zboží z Německa

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

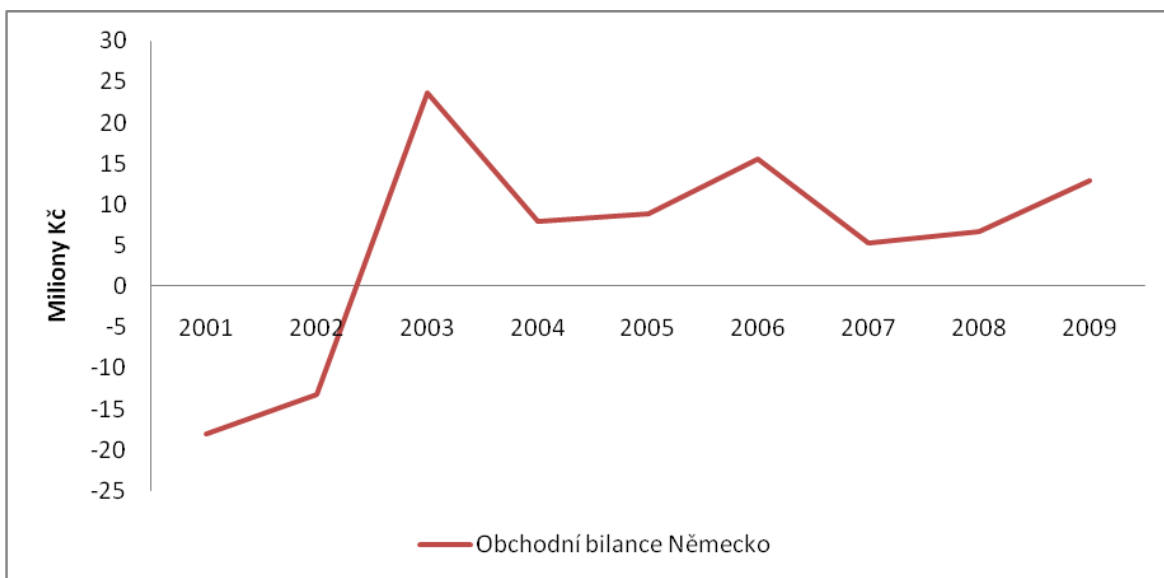
Téměř 100% závislost na dovozu z Německa byla způsobena dvěma faktory:

- 1) V oblasti vývozu byla jedním obchodním partnerem mateřská společnost se sídlem v bavorském Langenzennu, která odebírala (a to i v dlouhodobém sledování) mezi 95 - 100% produkce společnosti.

- 2) Nejen dodávky německých partnerů, ale i partnerů z Itálie, Dánska, Belgie, Nizozemí a zemí Dálného východu byly realizovány prostřednictvím mateřské společnosti

S převodem výrobních kapacit z mateřské společnosti do výrobních prostor ve Vrchlabí se změnila i struktura přímých dovozců z Německa a dalších zemí do České republiky. Společnost Schwaiger, s.r.o. začala obchodovat přímo s jednotlivými dodavateli, kterými byly také firmy mimo Německo. V letech 2005-2009 podíl Německa na celkovém dovozu poklesl a pohyboval se mezi 80 - 90%.

Uvedené skutečnosti ovlivňovaly i celkovou obchodní bilanci s Německem za firmu Schwaiger, s.r.o.. Vzhledem k trvajícím směrování odbytu do Německa a naopak postupné nahrazování dodávek z Německa dodávkami z tuzemska a jiných zemí, obchodní bilance vykazuje od roku 2003 přebytek. Výhled minimálně na další dva roky nepřináší změnu, jelikož spolupráce s německou společností Schwaiger GmbH je ve dvouletém horizontu zajištěna dvoustrannými obchodními smlouvami (předmětem smluv je odbyt výrobků z vlastní výroby do Německa a nákup zboží z Německa).



Obr. 11 Obchodní bilance s Německem

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

3.6.3 Dovoz a vývoz

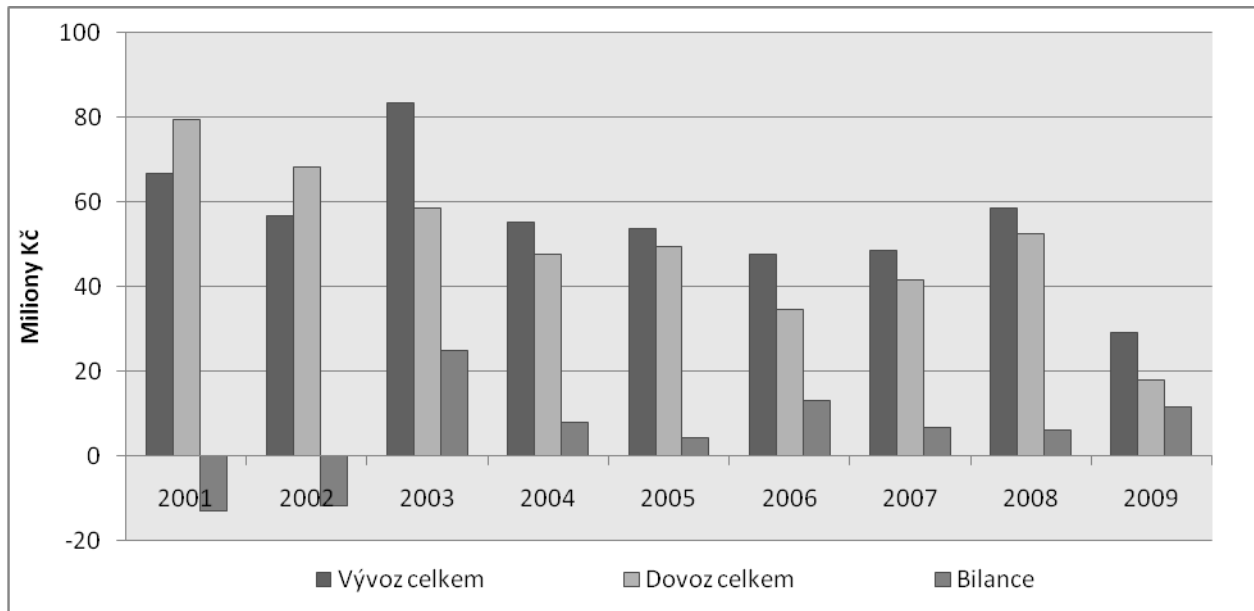
Veškeré výše popsané situace v různých letech se podobným způsobem projeví i na dovozu a vývozu.

Tab. 14 Dovoz a vývoz (v tisících Kč)

	2001	2002	2003	2004
Vývoz celkem	66 544	56 578	83 312	55 239
Dovoz celkem	79 474	68 274	58 396	47 428
Bilance	-12 930	-11 696	24 916	7 811

2005	2006	2007	2008	2009
53 733	47 571	48 363	58 492	29 205
49 429	34 514	41 564	52 491	17 748
4 305	13 056	6 799	6 001	11 457

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger



Obr. 12 Bilance

Zdroj: Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger

V grafu na obrázku 12 je zřetelně vidět, že od roku 2003 je bilance aktivní. Firma více zboží vyváží, než dováží.

Závěr

Německo je pro Českou republiku nenahraditelný obchodní partner. Ekonomická situace na českém trhu je velkým dílem ovlivněná právě stavem ekonomiky v Německu. Byly roky, kdy tento vliv byl pozitivní, ale samozřejmě, že docházelo i k opaku (př. hospodářská krize v roce 2008).

Firma Schwaiger prošla za dobu své existence velkým rozvojem. Po roce 1989 začaly na český trh vstupovat nejrůznější společnosti. Schwaiger si Českou republiku vybral jako strategické místo a v roce 1995 byla založena dceřiná společnost Schwaiger, s.r.o. se sídlem ve Vrchlabí. Svoje vývojové a výrobní úsilí zaměřila především na sortiment zesilovačů a multipřepínačů. Později byla výroba společnosti Schwaiger kompletně přemístěna do závodu ve Vrchlabí a v Německu nadále zůstává centrála vývoje a nákupu.

Z dlouhodobého hlediska je Schwaiger, s.r.o. stabilizovaná společnost s dobrými vyhlídkami do budoucna. To vše je spojeno se změnou majitele. Na počátku roku 2009 se mateřská firma v Langenzennu dostala do problémů a vše vyústilo v prodej společnosti Schwaiger americké společnosti CIGNET LLC - Europe. Pod hlavičkou Cignet je soustředěno několik velkých společností z různých oblastí výrobního průmyslu. Idea celé společnosti souvisí s ochranou životního prostředí. Výroba se převážně soustřeďuje na remanufakturace, tzn. využití starších součástí, zejména automobilů a jejich elektroniky. 27. 10. 2009 byla koupena i vrchlabská firma a nyní v průběhu nejbližších let dojde k přesunu části výroby z USA do Vrchlabí. Díky tomu by během příštích čtyř let mělo dojít k několikanásobnému zvýšení obrátu firmy.

Seznam použitých zdrojů

- Vnitropodnikové materiály firmy Schwaiger, s.r.o.

Odkaz na zdroje na internetu:

- Ministerstvo zahraničních věcí České republiky [online]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/nemecko>
- Německo – Spolkové země [online]. Dostupné z: <<http://lide.gymcheb.cz/~pesimli/spolkovezeme.html>>
- Fakta o Německu [online]. Dostupné z: <<http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/cz/spoleenost/main-content-08/obyvatelstvo.html>>
- EXPORTÉR magazín hospodářských novin [online]. [cit. 20. 2. 2004]. Dostupné z: <http://exporter.ihned.cz/c4-10083080-14000030-r00000_d-dobre-jmeno-firmy-je-nejlepsi-vizitkou>
- Velvyslanectví České republiky v Berlíně [online]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/berlin/cz/obchod_a_ekonomika/nemecka_ekonomika/souhrnn_a_teritorialni_informace_sti.html>
- ONLINE ZPRÁVY HOSPODÁŘSKÝCH NOVIN [online]. [cit. 25. 8. 2009]. Dostupné z: <<http://ekonomika.ihned.cz/c1-38140750-potvrzeno-nemecka-ekonomika-smeruje-k-ukonceni-recese-vzrostla-o-0-3-procenta>>
- Škoda - Auto 2009, Historie firmy [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.skoda-auto.cz/company/cze/profil/tradition/history/Pages/history.aspx>>
- Knauf, Historie společnosti [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.knauf.cz/index.php?ID=1004>>

- Würth, spol. s r.o. - ČR, Základní informace o společnosti Würth, spol. s r.o. – ČR 2009 [online]. Dostupný z WWW:
<<http://wuerth.cz/data/index.php?module=home>>
- Siemens, Profil společnosti 2008 [online]. Dostupný z WWW:
<<http://www.siemens.cz/siemjet/cz/home/about/profile/Main/index.jet>>

Přílohy

- Reklamní prospekty
 - Satelitní vyhledávač SF9000
 - Příklad využití
 - Multipřepínače
- Infolisty
 - Přijímač DSR1004CW
 - Přenašeč AVS 6010
- Příklad vydané faktury
- Katalog satelitních kompletů